



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Motivación laboral de la fuerza de ventas de la Empresa AC

Distribuidores EIRL, Santa Anita –Lima-2016

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR

CARHUACHIN ZEVALLOS, JULIO CESAR

ASESOR

Dr. DELGADO ARENAS RAUL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTION DE TALENTO DE HUMANO

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dr.....

PRESIDENTE

Dr.....

SECRETARIO

Dr.....

VOCAL

DEDICATORIA

Quiero dedicarles este trabajo a tres personas muy especiales en mi vida, a mi Mama, mi tía Mercedes y abuela que estuvieron conmigo apoyándome emocionalmente, con su apoyo, moral y confianza depositado en mí, a través de sus consejos, me sirvieron para poder alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

También agradecer a la universidad Cesar Vallejo por brindarme la oportunidad de formarme en esta etapa de la universidad.

A mi familia por su apoyo constante, por estar conmigo en todo momento y a mis asesores del curso por ser el soporte de mi proyecto.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Julio Cesar Carhuachin Zevallos con DNI Nro. 46934889 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, facultad de Ciencias Empresariales escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, junio del 2016

Carhuachin Zevallos, Julio Cesar

PRESENTACION

Señores miembros del jurado del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada, “Motivación Laboral de la Fuerzas de Venta de la empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita – Lima 2016” con el fin de Demostrar cuales las características de motivación que existente dentro de la empresa. Deseando que esté presente investigación cumpla con los parámetros y normas establecidos en la Universidad Cesar Vallejo, así mismo esperando cumplir con los requisitos de la aprobación para obtener el título profesional de licenciado en administración.

Julio Cesar Carhuachin Zevallos

Índice

Página del jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaración jurada	V
Presentación	VI
Índice	VII
Resumen	IX
Abstract	X
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos Previos	13
1.3. Teorías Relacionadas al tema	16
1.4. Formulación al Problema	23
1.5. Justificación del estudio	24
1.6. Objetivo	25
II. METODO	26
2.1. Diseño de investigación	26
2.2. Variables, operacionalización	26
2.3. Población y Muestra	28
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	28
2.5. Métodos de análisis de datos	28
2.6. Aspectos éticos	29
III. RESULTADO	30
IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	39
VI. RECOMENDACIONES	40
VII. REFERENCIAS	41
ANEXO	42
ÍNDICE DE TABLA	45
Tabla Nro. 1	
Tabla Nro. 2	
Tabla Nro. 3	

Tabla Nro. 4
Tabla Nro. 5
Tabla Nro. 6
Tabla Nro. 7
Tabla Nro. 8
Tabla Nro. 10
Tabla Nro. 11
Tabla Nro. 12
Tabla Nro. 13
Tabla Nro. 14
Tabla Nro. 15
Tabla Nro. 16
Tabla Nro. 17
Tabla Nro. 18
Tabla Nro. 19
Tabla Nro. 20
Tabla Nro. 21
Tabla Nro. 22
Tabla Nro. 23
Tabla Nro. 24
Tabla Nro. 25
Tabla Nro. 26
Tabla Nro. 27
Tabla Nro. 28

Resumen

El presente trabajo de investigación es determinar las características que existe sobre la motivación laboral sobre la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL. La población está conformada por 50 trabajadores de la fuerza de ventas de la empresa, que está ubicado en el Distrito de Santa Anita-Lima. Debido que la población es pequeña tuvimos que realizar la encuesta del 100% de la población sobre nuestra variable motivación laboral.

La investigación es de descriptivo simple, que permite describir la variable motivación a través de las dimensiones esfuerzo, desempeño, recompensas y metas, que están apoyadas por las teorías de las expectativas de Víctor Vroom, Teoría de la jerarquía de Necesidades de Maslow, las necesidades de McClellan y Teoría de establecimiento de Metas. También contaremos con un cuestionario con preguntas de tipo Likert, el mismo que fue revisado por cinco expertos. Se utilizó el programa SPSS 22, para el procedimiento de datos, luego pasaremos con las conclusiones, por finalizar las recomendaciones.

Palabra clave: Motivation laboral

ABSTRACT

The present research is to determine the characteristics that exists on work motivation of the sales force of the company AC Distribuidores EIRL. The population is made up of 50 workers from the sales force of the company, which is located in the District of Santa Anita Lima. Because the population is small, the survey had to make 100% of the population on our variable work motivation.

Research is simply descriptive, which allows to describe the variable motivation through dimensions effort, performance, rewards and goals, which are supported by the theories of expectations Víctor Vroom, Theory of Hierarchy of Needs Maslow, needs McClellan and Theory of setting goals. We will also have a questionnaire Likert, the same as was reviewed by five experts. SPSS 22 program for the process data, then pass the findings, to finalize the recommendations was used.

Keyword: Work motivation

I. INTRODUCCION:

1.1. Realidad problemática:

El presente estudio de investigación está orientado a conocer cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita – Lima 2016, con la finalidad de poder conocer qué grado de nivel de motivación se encuentran.

La importancia del presente trabajo de investigación es de poder dar la posibilidad de conocer cuáles son problemas de motivación, y como podemos ayudar a la fuerza ventas, con finalidad de comprometer, identificarse y ser eficaz con su empresa.

Como sabemos en un mercado laboral competitivo, es fundamental que las empresas brinden cubrir las necesidades necesarias del trabajador, ya sea con un ambiente adecuado para que realicen sus actividades, tener las herramientas adecuadas, entre otras cosas, así poder mantener a su equipo de trabajo en las mejores condiciones, en caso contrario ellos buscarán de cambiar de trabajo por otra empresa que pueda cumplir sus necesidades.

“La motivación de los recursos humanos consiste principalmente en tener una equidad de culturas y valores corporales que ayudaran a tener un alto desempeño”. (Armstrong, 1991 p. 266).

Ya que hoy en día cada organización para ser competente necesita de un apoyo tanto interno como externo. Es por ello, que si hablamos de motivación laboral se refiere al comportamiento que tiene cada trabajador o equipo de trabajo para así poder llegar a obtener logros y objetivos ya establecidos, así mismo la motivación del trabajador es muy importante para la empresa debido que, puede llegar a desarrollar efectividad y el éxito esperado. Ya que parte fundamental del desempeño laboral es la motivación.

Hoy en día, comprender y explicar qué motiva a cada trabajador en su vida personal y laboral es muy complicado. Ya que en su centro laboral pasan el mayor tiempo posible, es por ello, que la intención de esta investigación es describir la motivación que presentan la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL.

La empresa AC Distribuidores no escapa de los problemas motivacionales de sus trabajadores, ya que mayormente cuando el empresario en ocasiones se enfrenta con aspectos culturales ajenos y desconocidos a él.

Es aquí, AC DISTRIBUIDORES EIRL, empresa familiar dedicada la distribución de alimentos de mascota (Rintisa), con más de 20 años de experiencia en mercado local, la fuerza de ventas está conformado por 5 grupos conformados por 10 vendedores por cada Zona(Sur, Norte, Este, Centro, SJL).

Actualmente se encuentra en una situación preocupante ya que se ha percibido falta de compromiso de la fuerza de ventas con la empresa, se ha visto reflejado con sus actividades laborales, que no cumplen con las metas establecidas por la empresa, el bajo desempeño laboral y por último la rotación de personal, esta situación perjudica en las objetivos que tiene la empresa y es evidente que la fuerza de ventas se encuentran desmotivados en su centro de trabajo.

Por tanto, con la presente investigación es analizar la motivación laboral de la fuerza de ventas, con la finalidad de conocer cuáles son los problemas que puedan tener, para poder conocer y dar soluciones adecuadas para el bienestar de la empresa.

1.2. Trabajos previos

Pérez, M (2009). Realizo una tesis titulado “Las Necesidades Motivacionales como un Factor Clave en el Rendimiento laboral del Personal Administrativo de la Clínica La Milagrosa”. El objetivo de esta investigación es sobre las necesidades que presentan los trabajadores de esta institución. Las bases teorías que utilizo es las necesidades de Maslow. La investigación es de carácter descriptivo transversal Concluye que existen problemas motivación en sus organizaciones, debido que los trabajadores no desempeñan bien sus labores, esto ocurre porque falta de interés de los trabajadores de la clínica, no cubren con sus necesidades de reconocimiento y aprobación por su trabajo que realizan. Resultado: nos muestra que la empresa no cumple con las necesidades básicas de los trabajadores, ya que el 62% de los trabajadores no están motivados, y un 38% si se siente motivado.

Aporte: se debe utilizar el principio de la igualdad entre todo los trabajadores en sus actividades, ya sea asistencia, compromiso, responsabilidad y puntualidad, atreves de remuneraciones, ascensos, igualmente brindar un servicio de sugerencias para los empleados depositen sus inquietudes, con la finalidad de mantener a su personal motivada.

Feo, I. & Guzmán, E. (2012). Realizó una tesis titulado “Plan de Motivación Laboral para todos los trabajadores del departamento de cobranzas de la empresa Contac Center”. (República Bolivariana de Venezuela Universidad Nueva Esparta). Objetivo: Proponer un plan de Motivación Laboral para los trabajadores del Departamento de cobranza de la empresa Contac Center, basado en sus necesidades y requerimientos. Las bases teóricas que utilizo son los tres factores de McClelland y las teorías de Herzberg. Metodología empleada fue Descriptiva transversal, concluyó que como rasgo fundamental para el desarrollo de la investigación en curso, que la ausencia de la aplicación de los mismos, ocasionaron el desarrollo de un clima organizacional negativo en el cual predomina la insatisfacción laboral, específicamente en el departamento de cobranzas.

Aporte: debe implementar en su Plan motivacional el reconocimiento de los empleados por eficiencia y objetivos alcanzados, realizar actividades externas e internas, reuniones de fortalecimiento grupal que ayuden a mejorar la relación de los jefes o supervisores con los empleados de más bajo rango y así poder aportar ideas y sugerencias, las cuales sean de gran beneficio para el crecimiento sostenido de la organización.

Camacho V. & Escalante V. (2014). Realizo una tesis titulado "motivación laboral hacia la investigación científica del profesional de enfermería asistencial en un hospital nacional" objetivo de la investigación es determinar la motivación laboral que presenta los profesionales de enfermería en el Hospital Nacional Arzobispo Loayza. Las bases teóricas que utilizo las teorías de dos factores de Frederick Herzberg, la metodología es descriptiva de corte transversal. Como resultado tenemos que 66.3% indica sentirse motivado al realizar una investigación para alcanzar sus metas, así como el 43.6% no realiza investigación por que no se sienten motivadas, además un 46.9% del profesional enfermería no se sienten motivadas por que no tienen un ambiente cómodo para realizar sus tareas, conclusiones: la motivación laboral está relacionado con el desarrollo personal, también del logro, y del crecimiento profesional, según los resultados presentados nos muestra que 50 % están desmotivados debido a los indicadores con mayor porcentaje son: ambiente laboral, bajo salario, sobre carga laboral.

Aportes: esta investigación ayudara para la discusión de mi investigación, ya que esta tesis tiene la misma variable. También podemos encontrar que las enfermeras no se sienten motivadas debido a los factores internos que presenta su centro laboral.

Ríos R. (2001), Realizo la tesis titulada "Motivación laboral de las enfermeras y el desarrollo profesional en el Hospital Nacional Cayetano Heredia". Objetivo: determinar el tipo de motivación laboral que tienen las enfermeras y su relación con el desarrollo profesional. Método utilizado fue descriptivo transversal. Las bases teóricas que utilizo son las teorías de

expectativas de Víctor Vroom y la teoría de la equidad. Resultado: se utilizó la encuesta para conocer en grado de motivación que se encuentra ya que se encontró que la mayor porcentaje de enfermeras se sienten desmotivadas (50%) mientras que (30%) poco motivadas, y (20%), solo están motivadas. Concluye que las enfermeras se sienten poco motivadas, debido que no cuentan con buenas instalaciones, falta de capacitación constante, rotación de personal. Por ese motivo las enfermeras no están al 100% concentrado en sus labores en el Hospital.

Aporte: esta investigación tiene la misma variable, ya que podrá ayudar para la discusión de mi investigación ya que el problema fundamental es el bajo compromiso con su centro laboral debido que el personal no está motivado.

Alvarado M. & Aguilar A. (2013). Realizo el estudio "estudio de la motivación laboral en los trabajadores del grupo kozue en la ciudad de equitos-2013". Objetivo: dar conocer cuál es grado de motivación laboral en los trabajadores del grupo kozue. Las bases teóricas que utilizo son A. primeras teorías de la motivación, la teoría de la jerarquía de las necesidades. La metodología fue descriptiva de corte transversal. Como resultado nos permite observar que la mayoría de los empleados se sienten identificados y motivados en su centro laboral, pero hay otra parte pequeña de los trabajadores no sienten motivados dentro de su centro laboral, del 100% de los empleados solo 70% están motivadas y el 30% no están motivadas. Conclusión hay una pequeña población que no se siente motivada debido que no se siente gusto con sus tareas laborales, que no sienten responsabilidades dentro de su centro laboral.

Aporte: esta investigación por este autor tiene aporte importante es esta investigación ya que emplea la metodología de tipo descriptivo transversal, al igual que tiene la misma variable de motivacional laboral.

1.3. Teorías Relacionadas al tema

Sabemos que la motivación interviene en todos los ámbitos de los trabajadores, ya que ellos ayudan alcanzar objetivos de la empresa, es por ello que las empresas para tener un excelente funcionamiento debe contar con empleados que estén motivados, es por eso que motivación es la pieza clave del éxito de las empresas, con la finalidad de obtener los máximos beneficios económicos.

Las teorías de motivación se clasifican en dos grupos: las teorías de contenido (nos hablan de los elementos internos de las personas y como se activan, como es comportamiento, como se sostiene), y las teorías de proceso (es describir y analizar el proceso mediante el comportamiento, es activo. Detenido o mantenido).

Las teorías de contenido o también llamado teorías de las necesidades. Se centran en los factores de la personalidad humana, tales como son cuales son necesidades, que aspiraciones tiene, en qué nivel de satisfacción se encuentra. Entre ellas mencionare las siguientes: las teorías de necesidades de Maslow y la teoría de las necesidades de McClelland.

Por su parte, las teorías de proceso tratan de analizar o estudiar el proceso, de qué forma la persona se motiva, como se genera, como se dirige, como se sostiene y se mantiene. Por eso hablaremos de dos teorías: la teoría de las expectativas de Víctor Vroom y la teoría de establecimiento de metas.

Teoría de la jerarquía de Necesidades de Maslow

Según Paloma T. (como se citó en Maslow, p. 90). "plantea una serie de necesidades que tiene el ser humano de satisfacer de más prioritarias a la menos prioridad".

Según Maslow nos muestra la importancia que existe en las necesidades del ser humano que nos indica cinco necesidades primordiales:

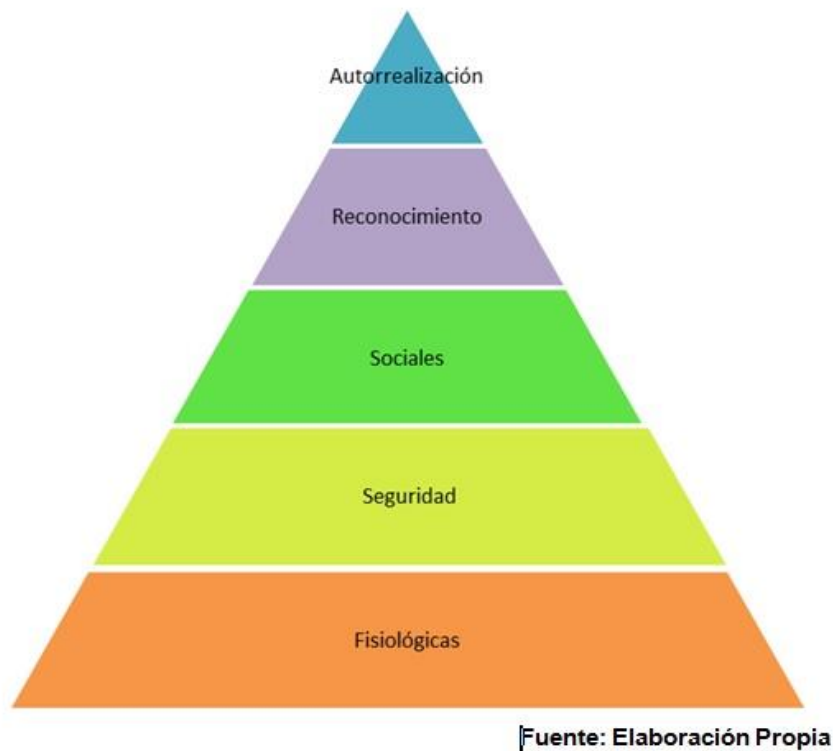


Figura 1

- **Necesidades Fisiológicas**

Estas constituyen en las necesidades básicas que se encuentran relacionadas con la supervivencia, las más importantes son las necesidades de alimentarse, el saciar la sed, descansar adecuadamente, tener relaciones entre otros.

- **Necesidades de Seguridad**

Busca la necesidad de sentirse seguro en todos los aspectos, dentro de ellas podemos encontrar la necesidad de estabilidad, tener un orden, una estabilidad entre otras. Esta relaciona con el miedo de perder el control de su vida.

- **Necesidades Sociales**

Unas vez satisfechas las dos primeras necesidades cuales son las fisiológicas y de seguridad, esta necesidad busca la relación de compañía con otras personas, como cuales con buscar afecto y cariño, integrar un grupo, estar en comunicación con los demás establecer una amistad entre otros.

- **Necesidades de Reconocimiento**

Esta necesidad esta relaciona con la autoestima, es sentirse importante, tener un prestigio, busca el reconociendo propio, el respeto así mismo.

- **Necesidades de Autorrealización**

Conocidas también como de auto superación o auto actualización, una vez satisfechas los niveles anteriores, esta necesidad se trata que cada individuo deba utilizar su talento en máximo, así para poder lograr todo lo que se propone (dejar huella, hacer su propia obra).

Teoría de las necesidades de McClelland

Robbins S. (2014 p. 509), unas de las teorías de motivación que nos muestra Robbins en su libro es la teoría David McClelland, según la teoría considera hay tres necesidades importantes que busca satisfacer en la vida: la teoría de necesidades de logro, las necesidades de poder y las necesidades de afiliación.

Necesidades de logro: es el deseo de salir adelante por sus propios méritos, teniendo en cuenta que para llegar al logro tiene relación con un grupo de estándares. Esas personas son quienes buscan tener éxito en la vida, son arriesgadas.

Ejemplo claro, la persona que tiene negocio no desea quedarse estancado en lo que comenzó, para él no es lo suficiente, lo que busca es arriesgarse, conseguir lo que se propone, lograr a alcanzar sus metas. Tener en mente lo que él desea en el futuro. Claro está en la empresa con la que

se trabaja la tesis, el dueño y gerente empezó su negocio recolectando huesos molidos para distribuirlos a tipos de puntos de ventas, de ahí poco a poco empezó trabajar con la empresa Rintisa quien es su mayor proveedor de alimentos balanceado.

Necesidades de poder: es la manera de influenciar en otras personas a que realicen su trabajo tal como se lo explican. Esto amerita que la persona desea tener autoridad para que las cosas marchen bien, siempre cuando el personal a su cargo reciba algún reconocimiento debido al esfuerzo que ellos ponen al momento de realizar su trabajo.

Así mismo la necesidad del poder se divide en dos:

- Poder personal: esto quiere decir, tener a cargo a un grupo de personas.
- Poder Institucional: se cumplen metas, objetivos que quiere alcanzar junto con el grupo de personal que tiene a cargo. Quiere llegar a cumplir sus metas propuestas dentro de la empresa.

Necesidades de afiliación: se habla al momento en que la persona quiere relacionarse social y amicalmente con otras personas para entablar una buena relación dentro del centro laboral. También se le dice a la persona que quiere y desea cooperar dentro de la empresa, desea relacionarse socialmente y poder aprender muchas cosas nuevas, enfrentarse a pruebas, a nuevos retos; de otro modo, la persona que no desea ser conformista, sino aquella persona que quiere saber mucho más en el aspecto personal, profesional y social.

Teoría de establecimiento de Metas

Porter, (2006), señala que:

Las metas son decisiones que uno se pone, esas decisiones deben ser tomadas cuidadosamente; ya que el individuo de haberse propuestas

metas debe cumplirlos de manera eficaz y eficientemente, así mismo el individuo que se propone metas debe saber para qué son necesarios, que se debe hacer, hacia dónde quiere llegar y cuanto esfuerzo debe ponerse para lograr con el objetivo de sus metas. (p. 113)

También se dice que las metas deben ser metas claras, propuestas, metas establecidas, tener en mente que es lo desea desarrollar. Cuando el personal se halla establecido metas, ya sean metas fáciles o difíciles pues se sentirá más comprometido con uno mismo y de haber obtenido buenos resultados se sentirá motivado y haya logrado obtener un buen desempeño.

Por otro lado, las metas cumplen funciones:

- Centrarse en la tarea que se ha establecido
- Tener la capacidad, la valentía y el esfuerzo de poder cumplir con esa meta.
- Desarrolla su mentalidad, su mente trabaja en mayor rango al momento de establecer estrategias, tomar decisiones, proponerse objetivos.

Es así que las metas deben ser metas establecidas, claras, llegar a lograrlo y no darse vencido, debido que si las metas son de logro el individuo se sentirá motivado por haber cumplido sus metas y así vera su dedicación y esfuerzo que puso al momento de desempeñarse satisfactoriamente.



Fuente: Elaboración propia

Teoría de las Expectativas de Vroom

Víctor Vroom. Citado (Robbins, 2014) nos habla de unas de las teorías más utilizadas por las organizaciones, la teoría de las expectativas crea por el psicólogo Víctor Vroom. Su estudio nos indica que la motivación busca garantizar la igual en la empresa. También reforzar los comportamientos deseados y establecer metas propuestas por las empresas.

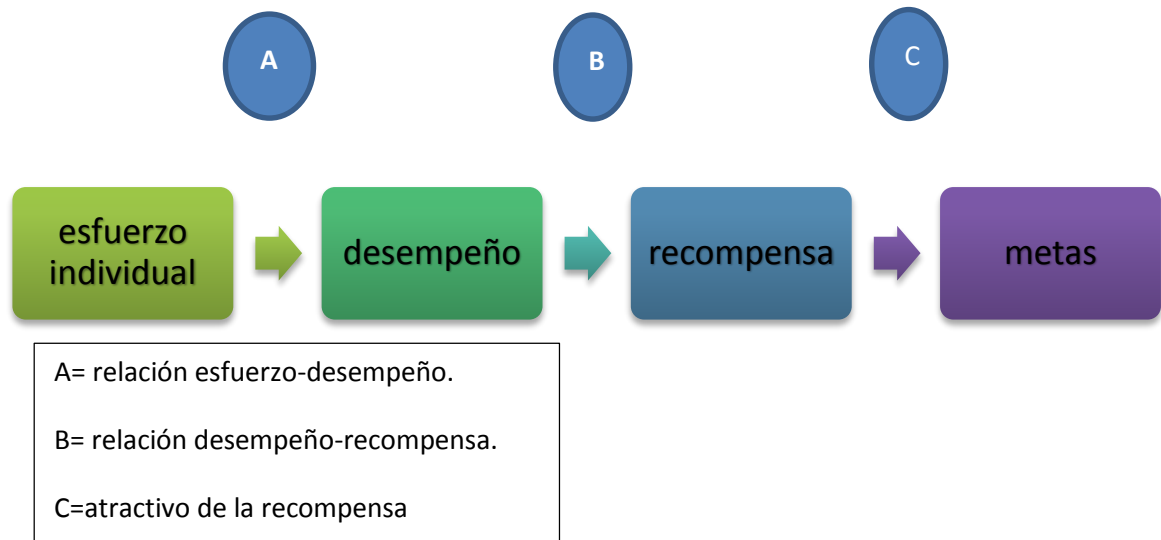
Esta teoría constituye por tres elementos:

- **Expectativas:** Es la relación que tiene el esfuerzo y el desempeño, es decir como el individuo tiene que tener un fuerza mayor para poder tener un desempeño aceptable en las organizaciones.
- **Fuerza:** Es la relación que tiene el desempeño y las recompensas, es decir como el individuo tiene que desempeñarse a un nivel adecuado para poder lograr resultados deseados.
- **Valencia:** Es el grado de como las recompensas satisfacen las metas, o las necesidades personales del individuo que tal atractiva son para ellos

La teoría nos da conocer cómo podemos actuar a los problemas de motivación que se encuentre, dependiendo de qué manera el individuo está convencido, que sus actos o tareas le harán conducir a lograr resultados deseados y también que tan aceptable resulte este resultado para ellos. En conclusión nos indica que todo individuo se sacrificara en su desempeño para lograr lo que se propone. Siempre en cuando piense que es posible lograr.

- **Esfuerzo individual:** Es el uso de la energía de la fuerza física contra algún impulso realizado, el realizar la energía en una actividad para conseguir algo que nos proponemos.
- **Desempeño individual:** Es el desarrollo de las tareas y actividades de un empleado, que está relacionado con los estándares y los objetivos deseados por las organizaciones. El desempeño está compuesto por los conocimientos que tiene el trabajador en las ejecuciones de sus labores, así para poder obtener un compromiso, logros en la organización.

- **Recompensas organizaciones:** También conocida remuneraciones que se les entrega a los empleados, por sus actividades positivas en la empresa.
- **Metas individuales:** Es el resultado deseado por las personas, planear y comprometerse a lograr un resultado en lo personal o grupos en las organizaciones.



Fuente: Elaboración propia

1.4. Formulación al Problema

1.4.1 Problema General

¿Cuáles son las características de la motivación laboral en la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita – Lima 2016?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Cuáles son las características del esfuerzo individual desarrollado por la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2016?

¿Cuáles son las características del desempeño de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita- Lima 2016?

¿Cuáles son las características de las recompensas otorgadas a la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita- Lima 2016?

¿Cuáles son las características de las metas alcanzadas por la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2016?

1.5 Justificación del estudio

1.5.1 Justificación Social:

La investigación es muy relevante para la sociedad ya que, al saber cómo motivar a nuestros empleados lograremos cumplir los objetivos marcados, por consecuencia habrá más productividad y beneficios para ellos mismos.

1.5.2 Justificación teórica:

Con la base y conocimientos teóricos aplicados, se formara un nuevo proceso en el cual se reflejara la importancia de conocer la motivación laboral de los trabajadores y de esta manera se logra encontrar explicaciones de situaciones ligadas al comportamiento humano de acuerdo a la realidad por la que este se encuentra.

1.5.3 Justificación práctica:

Ya concluido el proyecto de investigación, se enfocara en implementarlo en la organización, ya con todas las recomendaciones y resultados obtenidos, se relacionara directamente al campo laboral a fin de que se vean los resultados.

1.5.4 Justificación metodológica:

El proceso y las técnicas establecidas, con la ejecución de ellas permitirán el logro de los objetivos trazados, con ello se dará pie a que el procedimiento

realizado como son los análisis, las encuestas, los estudios estadísticos y las teorías implementadas son esenciales para dar soluciones a los problemas presentes en la actualidad de las organizaciones.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Determinar cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita -2016.

1.6.2. Objetivos Específicos

Determinar cuáles son las características que presenta el esfuerzo individual desarrollado por la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita – Lima 2016.

Determinar cuáles son las características del desempeño de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita- Lima 2016.

Determinar cuáles son las características de la recompensa otorgados a la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita- Lima 2016.

Determinar cuáles son las características de las metas alcanzados por la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2016.

1.7. Hipótesis

“Es un enunciado conjetural de la relación entre dos o más variables, las Hipótesis siempre se presentan en forma de enunciados declarativos y relacionan, de manera general o específica, las variables entre sí; y contienen implicaciones claras para probar las relaciones enunciadas.” (Kerlinger, 2002, p. 23)

II. METODO

2.1. Diseño de investigación

Kerlinger, (1979), señala que:

El presente trabajo de investigación es de diseño no experimental, porque la investigación se realizará sin manipular las variables, así para poder captar el fenómeno tal como se encuentra de forma natural, para después poder analizar. Los diseños de investigación transversal son de recolectar datos en un tiempo determinando, con la intención de describir las variables. (p. 116)

2.2. Variables, Operacionalizacion

Para Kerlinger y Lee (2002), la “variable es un símbolo al cual se asignan valores o números, así mismo un buen ejemplo de esto es x, es una variable: es un símbolo al que se le determinan valores numéricos”. (p. 36)

Operacionalizacion de Variable

Es un proceso de conjuntos que describen las actividades que un individuo puede realizar para poder describir las impresiones, que indicaran la existencia de un concepto teórico con grado de mayor a menor.

Tamayo (2003), “Explican que las definiciones operacionales son primordiales para poder realizar cualquier trabajo de investigación, ya que los datos deben ser recogidos en términos de hechos observables”. (p. 170)

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
MOTIVACION LABORAL	<p>“La motivación es un impulso que nos lleva a realizar mucho esfuerzo para poder alcanzar diferentes metas de la organización, está relacionado con satisfacer las necesidades básicas”</p> <p>Victor Vroom, citado Robbins (2014, p. 17)</p>	La motivación laboral se medirá teniendo en cuenta la encuesta determinar las características motivación entre ellos están dimensiones por:	ESFUERZO	Intensidad	ORDINAL
				frecuencia	
			DESEMPEÑO	Comunicación	
				Trabajo en equipo	
				Capacitación	
				Organización	
				Superación	
			RECOMPENSA	Bonos	
				Incentivos individuales	
				Beneficios	
				agradecimiento	
			METAS	Responsabilidad	
				Toma de decisión	
				Línea de carrera	

2.1. Población

Población

“La población es un conjunto de individuo de la misma clase, limitada por el estudio” (Tamayo, 1997, p. 114).

La población está conformada por la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL. Santa Anita – Lima, 2016.

Dado que la población es pequeña y asequible al investigador, se decidió la aplicación de la técnica del censo.

2.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos confiabilidad

Técnicas de Recolección de datos

La técnica utilizada en esta investigación es la encuesta. Está constituido por una serie de preguntas que estarán dirigidos a la fuerza de ventas de la empresa.

Instrumento de Recolección de datos

El instrumento realizado es el cuestionario de preguntas con la finalidad de conocer cuales el grado de desmotivación que surge en la empresa.

2.2. Método de análisis de datos

En el análisis de los datos se aplicaron los métodos de la estadística descriptiva e inferencial. En el desarrollo del análisis, para garantizar la rigurosidad y exactitud del tratamiento de los datos se utilizó el programa SPSS 22.

2.3. Aspectos Éticos

Los datos de esta investigación son de fuentes confiables. Ya que se respetarán los principios éticos como el respeto a la persona, también el derecho al trato justo y a la privacidad de la persona.

III. RESULTADO.

Validación

Se utilizó la validación del contenido, ayudado por los jurados expertos para dar validez a los instrumentos de recolección de la presente investigación que consta de 5 docentes Universidades Cesar Vallejo- Lima;

Porcentaje de validación por expertos

Variable Motivación Laboral	
Nombre del Validador	Experto
Delgado Arenas, Raúl	1
Candía Menor, Marco	2
Paca Pantigoso, Flavio	3
Cifuentes La Rosa Cesar	4
Perez Perez Miguel Angel	5

TABLA N°01 VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS PRIMERA VARIABLE						
VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE						
	EXPERTO N°1	EXPERTO N°2	EXPERTO N°3	EXPERTO N°4	EXPERTO N°5	
CLARIDAD	70%	70%	75%	80%	75%	370%
OBJETIVIDAD	70%	70%	75%	80%	75%	370%
PERTINENCIA	73%	74%	75%	80%	75%	377%
ACTUALIDAD	75%	75%	75%	80%	75%	380%
ORGANIZACIÓN	70%	71%	75%	80%	75%	371%
SUFICIENCIA	70%	70%	75%	80%	75%	370%
INTENCIONALIDAD	70%	70%	75%	80%	75%	370%
CONSISTENCIA	70%	70%	75%	80%	75%	370%
COHERENCIA	70%	70%	75%	80%	75%	370%
METODOLOGÍA	70%	70%	75%	80%	75%	370%
TOTAL						3718%

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \%$$

$$CV = \frac{3718}{10 * 5} \%$$

$$CV = 74.36\%$$

Según los juicios de expertos el instrumento de medición es considerado aceptable con un promedio de %74.36.

Confiabilidad del instrumento

Cuadro N 1 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.878	28

Formula

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Según el resultado que se visualiza en el cuadro, el valor del alfa de Crombrach es de 0.88, entonces podemos decir que es aceptable el instrumento de confiabilidad de la variable.

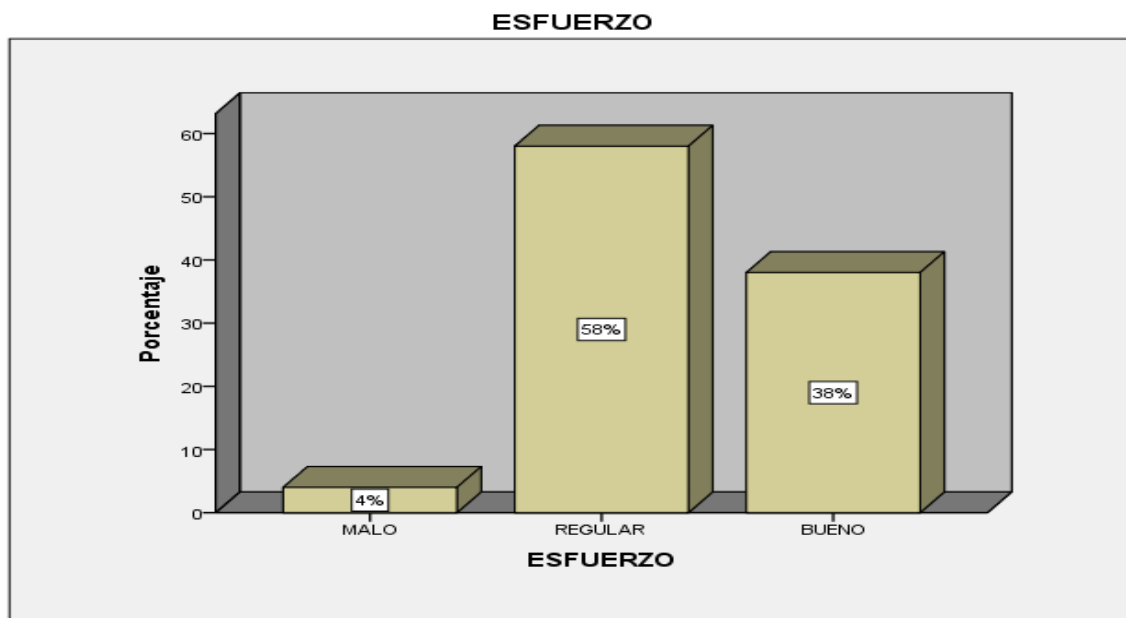
Análisis Descriptivo

Tabla 1: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Esfuerzo

ESFUERZO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	2	4%	4%
	REGULAR	29	58%	62%
	BUENO	19	38%	100%
	Total	50	100%	100%

Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

Grafico 1: Distribución de Frecuencia: Dimensión Esfuerzo



Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

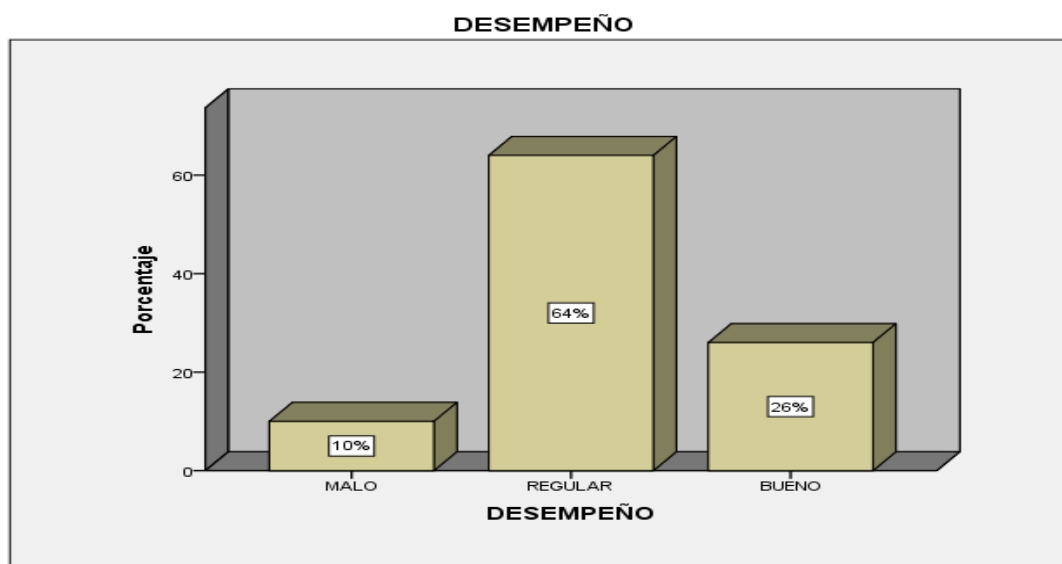
Como se puede observar en el grafico 1, 58% de la fuerza de ventas considera que la dimensión esfuerzo tiene un nivel regular, 38% piensa que es bueno y un 4% cree que es malo. Podemos decir que la fuerza de ventas tiene un esfuerzo regular. Debido que los trabajos realizados por la fuerza de ventas de la empresa son de manera rutinarios, y que solo cuentan con una zona específica para trabajar.

Tabla 2: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Desempeño

DESEMPEÑO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	5	10%	10%
	REGULAR	32	64%	74%
	BUENO	13	26%	100%
	Total	50	100%	100%

Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

Grafico 2: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Desempeño



: empresa AC Distribuidores EIRL

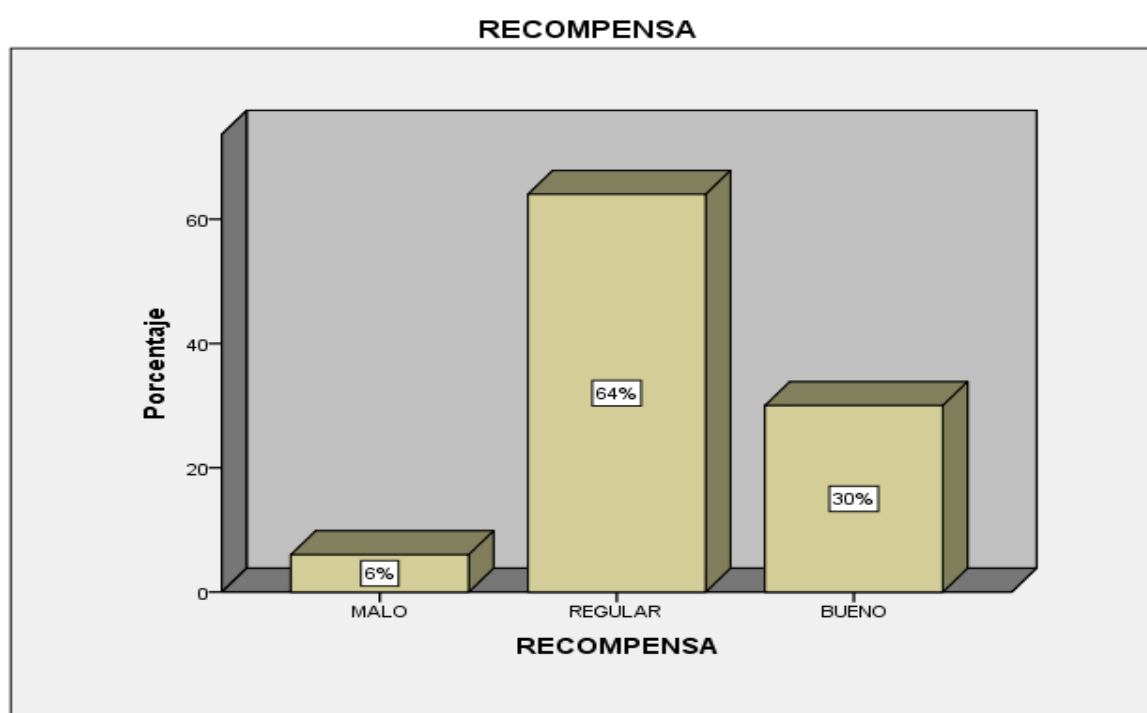
El grafico 2, demuestra que el 64% de la fuerza de ventas brinda un nivel regular para dimensión desempeño, y el 26% piensa que es bueno y un 10% que es malo, este resultado indica que la mayoría de la fuerza de ventas tiene un nivel de desempeño regular, esto se debe que no tienen una comunicación adecuada con sus compañeros y supervisores, ya que hay preferencias en el grupo, esto genera que haya mala organización en los territorios asignados para la fuerza de ventas.

Tabla3: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Recompensa

RECOMPENSA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	3	6%	6%
	REGULAR	32	64%	70%
	BUENO	15	30%	100%
	Total	50	100%	

Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

Grafico 3: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Recompensa



Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

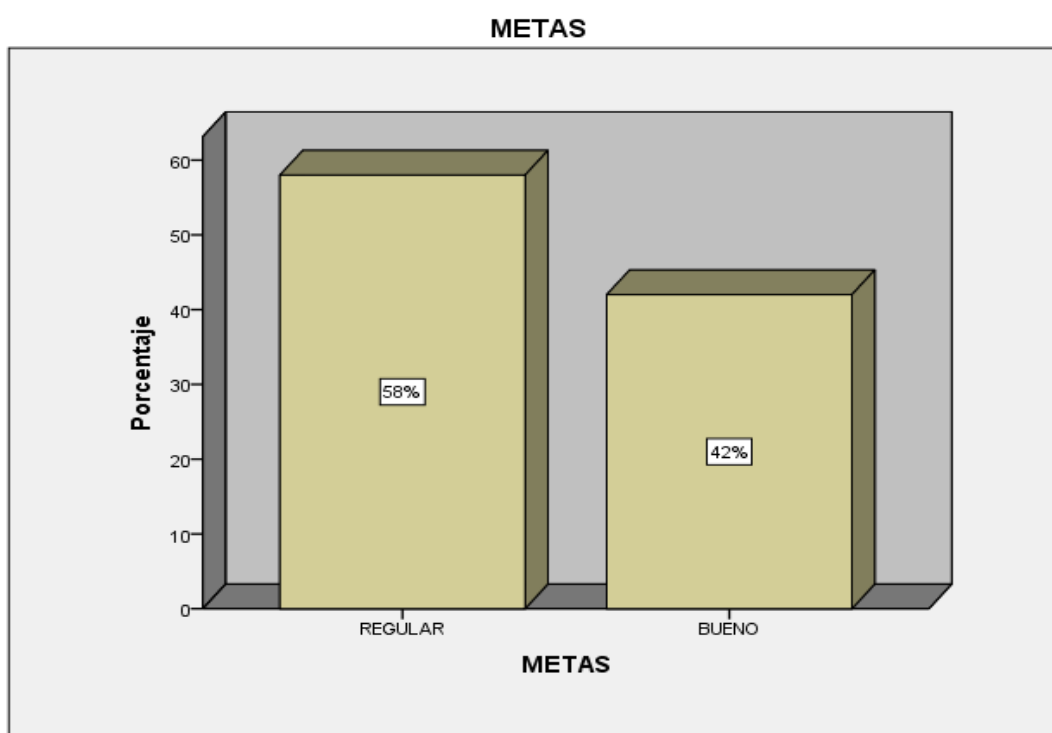
El grafico 3, demuestra que el 64% de la fuerza de ventas brinda un nivel regular para dimensión recompensa, y el 30% piensa que es bueno y un 6% que es malo, este resultado indica que las recompensas que ofrece la empresa hacia la fuerza de ventas no cubren con sus expectativas, esto debe a que la empresa no se preocupa por el bienestar del trabajador.

Tabla 4: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Metas

		METAS			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	REGULAR	29	58%	58%	58%
	BUENO	21	42%	42%	100%
	Total	50	100%	100%	

Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

Grafico 4: Distribución de la Frecuencia: Dimensión Metas



Fuente: empresa AC Distribuidores EIRL

El grafico 4, demuestra que el 58% de la fuerza de ventas brinda un nivel regular para dimensión metas, y el 42% piensa que es bueno, podemos deducir que las metas que tienen cada trabajador no son apoyadas por la empresa, ya que cada trabajador tienen metas propuestos, que sienten que la empresa no influye en ella, un ejemplo que podemos decir que no hay una línea de carrera para la fuerza de ventas.

IV. DISCUSION

Mediante la investigación realizada se comprendió la importancia de la motivación laboral sobre la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL, en donde la fuerza de ventas se encuentra desmotivado, por lo cual la empresa perdería posicionamiento en el mercado. Por esta razón se comparó los resultados con los antecedentes, utilizando como respaldo las encuestas sobre nuestra variable motivación laboral. Teniendo en cuenta como objetivo general Determinar cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita -2016.

Concordamos con Feo, I. y Guzmán, E. (2012) según en sus resultados nos indica que los trabajadores del área de cobranza tienen un desempeño regular, ya que los trabajadores no tienen una comunicación adecuada con sus supervisores, por ende los trabajadores sienten que no les informan de los nuevos precios, piensan que las opiniones que tienen no le toman importancia, es por eso que los empleados sean pocos productivos dentro de la empresa.

Concordamos con Ríos R. (2001) Según los resultados de la encuesta realizadas a las enfermeras hay porcentaje alto que nos indican que contar con una línea de carrera dentro de la organización ayuda a que estén motivados y comprometidos, ya que establecer una línea de carrera ayuda a que tengan mayor participación, y que tengan aspiraciones de crecimiento para el futuro.

Concordamos con Pérez, M. (2009) según los resultados nos muestra que hay un pequeño porcentaje de trabajadores que están desmotivados, ya que la dimensión esfuerzo tiene un grado regular, esto se debe que las tareas laborales son repetitivos, el cual hace que los trabajadores estén desmotivados, ya que el problema es que se pueden sentir estresados, escaso oportunidades de aprendizaje, monotonía y aburrimiento.

V. CONCLUSIONES

- Se ha determinado las características esfuerzo de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, que los trabajos que realizan la fuerza de ventas son rutinarios todos los días, por esta razón muchos ellos se sienten desmotivados.
- Se ha determinado las características desempeño de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, que no tienen una organización adecuada por los territorios asignados por la empresa, que no tienen comunicación adecuada por su supervisor.
- Se ha determinado las características recompensas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, la fuerza de ventas no ven reflejado positivamente sus recompensas debidas que no llegan al objetivo propuesto por la empresa, es por eso que se sienten disconforme con las recompensas.
- Se ha determinado las características de las metas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, la fuerza de ventas solo cumplen con las metas personajes y no con las metas grupos esto se debe que no tienen una coordinación adecuada para cumplir las metas grupales establecidas por la empresa.

VI. RECONMEDACIONES

- Como se sabe la motivación laboral presenta un porcentaje 74% que nos indica un grado regular, respectivamente en base a dichas evidencias, se sugiere a la empresa hacer seminarios cada 3 meses. Con la finalidad de poder conocer los problemas que presentaron durante ese periodo, siempre teniendo en cuenta las opiniones, recomendaciones, sugerencias etc.
- La dimensión esfuerzo presenta un porcentaje de 58% que es regular. Para mejorar este porcentaje debemos sugerir que los trabajos que realizan diariamente la fuerza de ventas, que no sean rutinarios, si no que realicen otros puntos de recorridos que no sean los mismos, con la intención que busquen ampliar su cartera de clientes.
- Para mejorar el desempeño que presenta un porcentaje de 64% que es regular, debemos sugerir que cada supervisor organicé bien los territorios son asignados a cada vendedor, con la finalidad que los territorios sean igualitarios para cada uno.
- La dimensión metas se presenta un porcentaje de 58% que es regular, para mejorar deben apoyar al trabajar, ayudando que tengan una línea de carrera, brindando horarios flexibles, para que puedan desarrollar otras actividades que desean.

VII. REFERENCICAS BIBLIOGRAFICAS

Alvarado M. & Aguilar A. (2013). Realizo el estudio “Estudio de la motivación laboral en los trabadores del grupo kozue en la ciudad de Iquitos-2013”. (Tesis de Magister en Gestión Empresarial)

Arismendi, E. (1 de abril de 2013). Tipos y diseño de la investigación [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.pe/>

Camacho V. & Escalante V. (2014). Realizo una tesis titulada “Motivación laboral hacia la investigación científica del profesional de enfermería asistencial en un hospital nacional”.

Coutler R. (2014). *Administración* (14° ed.). México: Pearson.

Chuck, W. (2013). *ADMON*. (6° ed.). México: D.F: Cengage Leraning Editorial. Pag.450.

Fischman D. (2014). *Motivación 360, Como incrementar en la vida y en la empresa*. Perú: Planeta Perú.

Griffin, R. (2011). *Administración*. Mexico, (10° ed.), editorial Cengage Learning. Pag.811.

González D. (2008). *Psicología de la Motivación*. La Habana: Editorial Ciencias Médicas.

Hitt M. (2006). *Admiración*. (1° ed.). México: Pearson.

Hillier, F & Lieberman, G. (2010). *Introduccion a la invstigacion de operaciones*. (9°ed.). México, D.F:Editorial Mc Graw Hill Internacional. Pág.960.

Juez, P y Díez, F. (1997). *Probabilidad y Estadística en Medicina*. Madrid, España: Díaz de Santos.

- Maslow A. (1992). *Motivación y Personalidad*. España: Días de Santos
- McClelland D. (1989). *Estudio de Motivación Human*. España: Narcea Ediciones.
- Medrano A. & Serrano I. (2003). El presente trabajo de tesis titulado “La motivación como factor determinante en el rendimiento laboral de los trabajadores de la empresa G.E.H. A asesores integrales de salud C.A”. (Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales)
- Muñoz C. (2011). *Como elaborar y asesor una investigación de tesis*. (2 ed.). México: Pearson.
- Pérez, F. (2010). *Obtención, Elaboración y Análisis de Datos del Tercer Sector*. [Diapositivas], Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Pérez, M. (2009). Tesis “Las Necesidades Motivacionales como un Factor Clave en el Rendimiento laboral del Personal Administrativo de la Clínica La Milagrosa”.
- Ríos R. (2001), Realizo la tesis titulada “Motivación laboral de las enfermeras y la relación con su desarrollo profesional en el Hospital Nacional Cayetano Heredia”.
- Vadillo P. (2010) *Liderazgo y Motivación de equipos de trabajo*. (6° ed.). Madrid: Anormi SL.
- Vara A. (2012) *7 Pasos para una tesis exitosa*. (3° ed.). Institución de investigación de la Facultad de Ciencias Administración y Recursos Humanos. Manual de curso.

ANEXOS

Matriz de contingencia

OBJETIVOS	PROBLEMA	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES		VARIABLES		
Objetivo principal	Problema principal	Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Determinar cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas en la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita - 2015.	¿Cuáles son las características de la motivación laboral de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita – Lima 2015?	MOTIVACION	“la motivación es un impulso que nos lleva a realizar mucho esfuerzo para poder alcanzar diferentes metas de la organización, está relacionado con satisfacer las necesidades básicas”. Víctor Vroom, citado Robbins(2014:17)	ESFUERZO	Intensidad	2
					frecuencia	2
				DESEMPEÑO	Comunicación	2
					Trabajo en equipo	2
					Capacitación	2
					Organización	2
					Superación	2
				RECOMPENSA	Bonos	2
					Incentivos individuales	2
					Beneficios	2
					agradecimiento	2
				METAS	Responsabilidad	3
					Toma de decisión	2
					Línea de carrera	2
Determinar cuáles son las características que presenta el esfuerzo individual de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita – Lima 2015.	¿Cuáles son las características del esfuerzo individual de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015?					
Determinar cuáles son las características del desempeño de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015	¿Cuáles son las características del desempeño de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015?					
Determinar cuáles son las características de la recompensa de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015	¿Cuáles son las características de la recompensa de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015?					
Determinar cuáles son las características de las metas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015.	¿Cuáles son las características de las metas de la fuerza de ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL Santa Anita-Lima 2015?					

TABLA DE ÍNDICE

Tabla Nro. 1

El mayor o menor esfuerzo laboral de los trabajadores está relacionado con la motivación de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	7	14,0%	14,0%	14,0%
casi nunca	3	6,0%	6,0%	20,0%
a veces	18	36,0%	36,0%	56,0%
casi siempre	14	28,0%	28,0%	84,0%
siempre	8	16,0%	16,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de las encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 2

La excesiva tensión en el trabajo durante una prolongada jornada laboral acelera el desgaste de la fuerza de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	2	4,0%	4,0%	4,0%
casi nunca	4	8,0%	8,0%	12,0%
a veces	12	24,0%	24,0%	36,0%
casi nunca	15	30,0%	30,0%	66,0%
siempre	17	34,0%	34,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de las encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 3

Con que frecuencia los trabajadores son rutinarios en su centro de laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	2	4,0%	4,0%	4,0%
a veces	25	50,0%	50,0%	54,0%
Válidos casi siempre	9	18,0%	18,0%	72,0%
siempre	14	28,0%	28,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 4

Con que frecuencia usted se siente motivado en el área donde labora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	10	20,0%	20,0%	20,0%
casi nunca	7	14,0%	14,0%	34,0%
Válidos a veces	12	24,0%	24,0%	58,0%
casi siempre	19	38,0%	38,0%	96,0%
siempre	2	4,0%	4,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 5

Dentro de la empresa tiene una comunicación fluida con supervisor				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nunca	8	16,0%	16,0%	16,0%
casi nunca	9	18,0%	18,0%	34,0%
a veces	20	40,0%	40,0%	74,0%
casi siempre	6	12,0%	12,0%	86,0%
siempre	7	14,0%	14,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 6

Con que frecuencia tiende usted a comunicarse con sus compañeros				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nunca	4	8,0%	8,0%	8,0%
casi nunca	4	8,0%	8,0%	16,0%
a veces	15	30,0%	30,0%	46,0%
casi siempre	21	42,0%	42,0%	88,0%
siempre	6	12,0%	12,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 7

Se siente a gusto con el grupo de trabajo que pertenece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	2	4,0%	4,0%	4,0%
casi nunca	2	4,0%	4,0%	8,0%
a veces	32	64,0%	64,0%	72,0%
casi siempre	8	16,0%	16,0%	88,0%
siempre	6	12,0%	12,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 8

El grupo al que pertenece le ayuda a tener mayor seguridad en la realización de su trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	8	16,0%	16,0%	16,0%
casi nunca	5	10,0%	10,0%	26,0%
a veces	22	44,0%	44,0%	70,0%
casi siempre	12	24,0%	24,0%	94,0%
siempre	3	6,0%	6,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 9

La empresa se preocupa por ofrecerle capacitación oportuna y adecuada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
casi nunca	11	22,0%	22,0%	28,0%
a veces	22	44,0%	44,0%	72,0%
casi siempre	10	20,0%	20,0%	92,0%
siempre	4	8,0%	8,0%	100,0
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 10

La capacitación que recibe le es de utilidad en su área de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos casi nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
a veces	8	16,0%	16,0%	22,0%
casi siempre	21	42,0%	42,0%	64,0%
siempre	18	36,0%	36,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 11

En el grupo que pertenece está organizado para cumplir con sus objetivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nuna	2	4,0%	4,0%	4,0%
casi nunca	3	6,0%	6,0%	10,0%
a veces	19	38,0%	38,0%	48,0%
casi siempre	20	40,0%	40,0%	88,0%
siempre	6	12,0%	12,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 12

El supervisor de su zona se preocupa por garantizar una buena organización para el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nunca	17	34,0%	34,0%	34,0%
casi nunca	2	4,0%	4,0%	38,0%
a veces	16	32,0%	32,0%	70,0%
casi siempre	10	20,0%	20,0%	90,0%
siempre	5	10,0%	10,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 13

La empresa me brinda oportunidades para mi crecimiento profesional				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	6	12,0%	12,0%
	casi nunca	15	30,0%	42,0%
	a veces	11	22,0%	64,0%
	casi siempre	13	26,0%	90,0%
	siempre	5	10,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 14

Cumple con las escalas de ventas establecidos por la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a veces	19	38,0%	38,0%
	casi siempre	21	42,0%	80,0%
	siempre	10	20,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 15

**La bonificaciones que me otorga la empresa están de acuerdo al nivel del desempeño
laboral**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
casi nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
a veces	14	28,0%	28,0%	34,0%
Válidos casi siempre	19	38,0%	38,0%	72,0%
siempre	14	28,0%	28,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 16

En pago de comisiones son acorde al esfuerzo que uno realiza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
casi nunca	5	10,0%	10,0%	10,0%
a veces	11	22,0%	22,0%	32,0%
Válidos casi siempre	21	42,0%	42,0%	74,0%
siempre	13	26,0%	26,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 17

La empresa se preocupa por el bienestar de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
casi nunca	8	16,0%	16,0%	16,0%
a veces	21	42,0%	42,0%	58,0%
Válidos casi siempre	11	22,0%	22,0%	80,0%
siempre	10	20,0%	20,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 18

La empresa te brinda incentivos extras, fuera del entorno laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
casi nunca	27	54,0%	54,0%	60,0%
Válidos a veces	7	14,0%	14,0%	74,0%
casi siempre	5	10,0%	10,0%	84,0%
siempre	8	16,0%	16,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 19

La empresa le ofrece un programa de beneficios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
casi nunca	14	28,0%	28,0%	34,0%
a veces	13	26,0%	26,0%	60,0%
casi siempre	9	18,0%	18,0%	78,0%
siempre	11	22,0%	22,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 20

Se siente conforme con los beneficios que le brinda la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
casi nunca	5	10,0%	10,0%	16,0%
a veces	24	48,0%	48,0%	64,0%
casi siempre	7	14,0%	14,0%	78,0%
siempre	11	22,0%	22,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 21

En su centro laboral le agradecen por su desempeño laboral					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	9	18,0%	18,0%	18,0%
	casi nunca	5	10,0%	10,0%	28,0%
	a veces	18	36,0%	36,0%	64,0%
	casi siempre	12	24,0%	24,0%	88,0%
	siempre	6	12,0%	12,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 22

El agradecimiento influye en su desempeño laboral					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	5	10,0%	10,0%	10,0%
	casi nunca	7	14,0%	14,0%	24,0%
	a veces	8	16,0%	16,0%	40,0%
	casi siempre	5	10,0%	10,0%	50,0%
	siempre	25	50,0%	50,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 23

Realiza las tareas que le asigna la empresa con dedicación				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	2	4,0%	4,0%
	a veces	2	4,0%	8,0%
	casi siempre	24	48,0%	56,0%
	siempre	22	44,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	100,0%

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 24

Asume con responsabilidad las tareas asignadas por la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	2	4,0%	4,0%
	a veces	8	16,0%	20,0%
	casi siempre	17	34,0%	54,0%
	siempre	23	46,0%	100,0%
	Total	50	100,0%	100,0%

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 25

Las decisiones de la empresa lo ayudan alcanzar sus metas personales				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a veces	35	70,0%	70,0%	70,0%
casi siempre	7	14,0%	14,0%	84,0%
siempre	8	16,0%	16,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuestas sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 26

Las opiniones de los demás compañeros influye en su línea de carrera				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	8	16,0%	16,0%	16,0%
casi nunca	3	6,0%	6,0%	22,0%
a veces	30	60,0%	60,0%	82,0%
casi siempre	9	18,0%	18,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 27

Su centro laboral de la oportunidad de desarrollar su línea de carrera y alcanzar sus metas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	3	6,0%	6,0%	6,0%
casi nunca	27	54,0%	54,0%	60,0%
a veces	10	20,0%	20,0%	80,0%
casi siempre	5	10,0%	10,0%	90,0%
siempre	5	10,0%	10,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

Tabla Nro. 28

El logro de una profesión mejora su línea de carrera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nunca	8	16,0%	16,0%	16,0%
casi siempre	11	22,0%	22,0%	38,0%
siempre	31	62,0%	62,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	

Fuente: Resultados de la encuesta sobre la motivación laboral de fuerza de la empresa AC Distribuidores EIRL, elaborado con el programa SPSS

INSTRUMENTO



ENCUESTA

AUTOR: Julio Carhuachin Zevallos

Estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de las características de la motivación de la nuestra fuerza de ventas de la empresa “AC DISTRIBUIDORES EIRL”.

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

5 Siempre
4 Casi siempre
3A veces
2Casi nunca
1 Nunca

LA MOTIVACIÓN LABORAL						
1. ESFUERZO		Escala				
		1	2	3	4	5
1	El mayor o menor esfuerzo laboral de los trabajadores está relacionado con la motivación de la empresa.					
2	La excesiva tensión en el trabajo durante una prolongada jornada laboral acelera el desgaste de la fuerza de trabajo.					
3	Con que frecuencia los trabajadores son rutinarios en su centro de laboral					
4	Con que frecuencia usted se siente motivado en el área donde labora					
2. DESEMPEÑO		Escala				
5	Dentro de la empresa tiene una comunicación fluida con susupervisor					
6	Con que frecuencia tiende usted a comunicarse con sus compañeros					
7	Se siente a gusto con el grupo de trabajo que pertenece					

8	El grupo al que pertenece le ayuda a tener mayor seguridad en la realización de su trabajo					
9	La empresa se preocupa por ofrecerle capacitación oportuna y adecuada					
10	La capacitación que recibe le es de utilidad en su área de trabajo					
11	En el grupo que pertenece está organizado para cumplir con sus objetivos					
12	El supervisor de su zona se preocupa por garantizar una buena organización para el trabajo					
13	La empresa me brinda oportunidades para mi crecimiento profesional					
14	Cumple con las escalas de ventas establecidos por la empresa					
3. RECOMPENSA		Escala				
15	La bonificaciones que me otorga la empresa están de acuerdo al nivel del desempeño laboral					
16	En pago de comisiones son acorde al esfuerzo que uno realiza					
17	La empresa se preocupa por el bienestar de los trabajadores					
18	La empresa te brinda incentivos extras, fuera del entorno laboral					
19	La empresa le ofrece un programa de beneficios					
20	Se siente conforme con los beneficios que le brinda la empresa					
21	En su centro laboral le agradecen por su desempeño laboral					
22	El agradecimiento influye en su desempeño laboral					
4. METAS		Escala				
23	Realiza las tareas que le asigna la empresa con dedicación					
24	Asume con responsabilidad las tareas asignadas por la empresa					
25	Las decisiones de la empresa lo ayudan alcanzar sus metas personales					
26	Las opiniones de los demás compañeros influye en su línea de carrera					
27	Su centro laboral de la oportunidad de desarrollar su línea de carrera y alcanzar sus metas					
28	El logro de una profesión mejora su línea de carrera					

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: RAÚL DELGADO ARENAS
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC OFICINA DE INVESTIGACIÓN
 I.3. Especialidad del experto: Dr. en CC. EE
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de percepción
 I.5. Autor del instrumento: Cashcashem Zavallos, Julio César

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				70 %	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70 %	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				73 %	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				75 %	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70 %	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70 %	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70 %	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70 %	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70 %	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70 %	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					71 %	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

71%

San Juan de Lurigancho, 12 de 04 del 2016

[Firma]
Firma de experto informante
DNI: 103664049

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:


- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Candia Menor, Marco Antonio
 I.2. Cargo e Institución donde labora: EAP Administración DTA
 I.3. Especialidad del experto: MAG. EN ADMINISTRACIÓN
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de la Motivación
 I.5. Autor del instrumento: Corbachón Zervantes, Dorso Cesar

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				70%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				74%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				75%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				71%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

ÍTEMES DE LA PRIMERA VARIABLE

ÍTEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, 14 de 04 del 2016

70%.

.....

Firma de experto informante

DNI: 10050551

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Paca Pantigoso, F. Romeo
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente TP UCV Lima - Este
 I.3. Especialidad del experto: Metodólogo (Estadística)
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Notación
 I.5. Autor del instrumento: Gerhuachin Zevallos, Julio Cesar

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				75	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				75	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				75	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, 15 de Abr. del 2015

75%


Firma de experto informante
DNI: 01212856

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:


- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Chusque La Rosa Cesar
 I.2. Cargo e Institución donde labora: EAP Administración DTC
 I.3. Especialidad del experto: Económico
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Motivación
 I.5. Autor del instrumento: Carhuachán Zavallos, Julio Cesar

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				
10				
11				

12		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

80%

San Juan de Lurigancho, 18 de Abr/ del 2015



Firma de experto informante

DNI: 09524164

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:


I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Miguel Ángel Pérez Perí
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Oficina de Investigación
 I.3. Especialidad del experto: Metodología
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Motivación
 I.5. Autor del instrumento: Carhuachán Zavallos, Julio César

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.			✓		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				79/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
13					
14					
15					
16					
17		/			
18		/			
19		/			
20		/			
21		/			
22		/			
23			/		
24		/			
25		/			
26		/			
27		/			
28		/			
29		/			
30		/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable, solamente ver los términos de los items observados.

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, 20 de 04 del 2015

Miguel Poma

Firma de experto informante

DNI: 07636535

Lima, Perú., 16 de Abril del 2016

Sra. Mercedes Adelaida Zevallos Maximiliano

Jefa de Logística

Empresa: AC Distribuidores EIRL

Dirección: Calle las Brisas 134 – Urb. Villa Achirana – Santa Anita

PRESENTE:

Soy alumno de la Universidad Cesar Vallejo – Lima Este y encontrándome cursando estudios en el décimo ciclo de la carrera profesional de Administración, de la facultad de Ciencias Empresariales y actualmente matriculado en el curso de Desarrollo de Proyecto de Investigación, encontrándome en la fase de desarrollo de mi tesis titulada: "Motivación Laboral de la Fuerza de Ventas de la empresa AC Distribuidores EIRL, Santa Anita –Lima - 2016"

Me dirijo a usted, con el firme deseo de contribuir con su empresa y a la vez pedirle, de la manera más cordial me autorice la aplicación de una encuesta dirigida a los vendedores con los que la empresa AC Distribuidores EIRL trabaja, así mismo esta encuesta se realizará a partir de la fecha 18 de abril del 2016 hasta culminar este proyecto de investigación.

El desarrollo del presente estudio significara un beneficio mutuo; a mí me permitirá terminar la tesis y a usted, como empresaria, le permitirá tener conocimiento con respecto a la Motivación Laboral de la Fuerza de Ventas de su empresa. Dando por sentada su aceptación,

Gracias por su atención.

ATENTAMENTE

Julio Cesar Carhuachin Zevallos

AC DISTRIBUIDORES S.R.L.

Mercedes Adelaida Zevallos M.
CREDITOS Y COBRANZAS